



**iMADRID!**

**ÁREA DE GOBIERNO  
DE SEGURIDAD  
Y EMERGENCIAS**

**Instituto Municipal de Consumo**

**PLAN DE ACCIÓN EN MATERIA DE CONSUMO  
DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID  
2015**

<b>PRESENTACIÓN .....</b>	<b>3</b>
<b>LÍNEA DE ACCIÓN I - INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR. FORMACIÓN .....</b>	<b>6</b>
1. Programa de información, divulgación y comunicación sobre Consumo.....	6
2. Asesoramiento en la gestión de la economía doméstica en la OMIC Central. ....	9
3. Programa de formación en consumo.....	10
4. Formación especializada en materia de consumo para personal del Ayuntamiento de Madrid.....	11
<b>LÍNEA DE ACCIÓN II - RESOLUCIÓN DE LOS CONFLICTOS DE CONSUMO.....</b>	<b>13</b>
1. Atención al consumidor en la Oficina Municipal de Información al Consumidor. ....	13
2. Programa de actuaciones para el fomento del Sistema Arbitral de Consumo .	14
<b>LÍNEA DE ACCIÓN III - ACTUACIONES DIRIGIDAS AL EMPRESARIO .....</b>	<b>16</b>
1. Acciones informativas y formativas dirigidas a empresarios.....	16
2. Programa de orientación e implantación de Códigos y Manuales de Buenas Prácticas.....	17
3. Investigación y control de mercado.....	17
<b>LÍNEA DE ACCIÓN IV – PARTICIPACIÓN, COLABORACIÓN Y COORDINACIÓN ...</b>	<b>22</b>
1. Coordinación y colaboración interadministrativa.....	22
2. Participación en consumo.....	24
<b>LÍNEA DE ACCIÓN V – CONSUMO RESPONSABLE .....</b>	<b>26</b>
1. Madrid, Ciudad por el Comercio Justo.....	26
2. Madera y productos forestales sostenibles .....	27
<b>LÍNEA DE ACCIÓN VI – TRANSPARENCIA Y CALIDAD EN ACTUACIÓN MUNICIPAL .....</b>	<b>28</b>
1. Informe anual.....	28
2. Carta de servicios de la Oficina Municipal de Información al Consumidor.....	28
3. Sistema de Calidad UNE EN ISO 9001 del Servicio de Inspección de Consumo ..	28
<b>ANEXO I.....</b>	<b>30</b>
<b>ANEXO II .....</b>	<b>31</b>

## **PRESENTACIÓN**

El Instituto Municipal de Consumo tiene como misión fundamental proteger la seguridad y los derechos de los consumidores madrileños. En cumplimiento de esta labor, la acción de los servicios de Consumo del Ayuntamiento de Madrid responde a los siguientes objetivos:

1. Formar e informar a los consumidores madrileños para que sus decisiones de compra y de contratación respondan a sus necesidades e intereses.
2. Proteger los derechos de los consumidores, facilitándoles vías rápidas y eficaces para la resolución de los conflictos de consumo.
3. Velar para que los productos ofrecidos sean seguros y no supongan un riesgo para los consumidores madrileños.
4. Trabajar con las empresas y comercios madrileños para favorecer el cumplimiento de la normativa en materia de protección de los consumidores y la calidad del servicio, a través de la formación, la información y el fomento de las buenas prácticas.
5. Promover el consumo responsable y solidario entre los ciudadanos madrileños.

El consumo es el principal motor de la economía española y de nuestra ciudad. Según distintos estudios, el gasto de los consumidores representa más del 60 por ciento del Producto Interior Bruto de la ciudad. La confianza de los consumidores en un mercado libre, competitivo y transparente, en el que se respetan sus derechos, es una de las bases necesarias para afianzar el desarrollo económico de Madrid.

Por otra parte, los servicios municipales de consumo no pueden ser ajenos, en el ámbito de sus competencias, a las situaciones de exclusión social, vulnerabilidad y de falta de accesibilidad que sufren o pueden sufrir muchos madrileños. Los efectos de la crisis económica, el envejecimiento de la población y la falta de acceso a los servicios de la sociedad de la información colocan en situación de vulnerabilidad a muchos consumidores, por lo que es necesario continuar con las labores de apoyo y atención que presta el Ayuntamiento de Madrid.

Conforme a estas consideraciones, el Ayuntamiento de Madrid, a través del Instituto Municipal de Consumo y los servicios de consumo de los 21 distritos, continuará con las diferentes actuaciones encaminadas a permitir el pleno ejercicio de los derechos que asisten a los consumidores madrileños, en cooperación con la policía municipal, con otras Áreas de Gobierno del Ayuntamiento de Madrid y con la Consejería de Economía y Hacienda de la Comunidad de Madrid, promoviendo además la colaboración los agentes económicos y sociales.

Estas actuaciones han sido plasmadas en el Plan de Acción en materia de Consumo para el año 2015.

### **Contenido del Plan de Acción**

El Plan de acción se estructura en seis líneas de acción que pormenorizan las actuaciones que pondrán en marcha el Instituto Municipal de Consumo y los Distritos durante el año 2015. Las líneas de acción previstas son:

- I Información al consumidor. Formación.
- II Resolución de los conflictos de Consumo.
- III Actuaciones dirigidas al empresario.
- IV Participación, colaboración y coordinación en materia de consumo.
- V Consumo responsable.
- VI Transparencia y calidad en la gestión.

## **PLAN DE ACCIÓN EN CONSUMO 2015**

## **LÍNEA DE ACCIÓN I - INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR. FORMACIÓN**

En la actual coyuntura económica, pervive la necesidad de facilitar a los consumidores información accesible y actualizada sobre sus derechos a través de los diferentes canales de comunicación ofrecidos por la administración municipal.

### **1. Programa de información, divulgación y comunicación sobre Consumo**

El acceso a información actual y fiable se mantiene como uno de los objetivos operativos del Instituto Municipal de Consumo y, para ello, en 2015 se realizarán diversas acciones de divulgación y comunicación en materia de consumo no alimentario.

#### **Elaboración, revisión y edición de material divulgativo**

El Instituto Municipal de Consumo prevé la edición de diversos folletos, guías y carteles sobre temas seleccionados atendiendo a la evolución del mercado y las propias necesidades de los ciudadanos. El material divulgativo previsto inicialmente para el año 2015 se detalla a continuación.

##### Nuevas publicaciones

Durante el año 2015, la elaboración de material divulgativo se orientará fundamentalmente a complementar el ya existente sobre el nuevo servicio de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica. Se analizará la disponibilidad actual de materiales en conjunción con las asociaciones de consumidores y se propondrán temas de información para, al menos, dos nuevos folletos. Además, se editarán dos nuevos trípticos que versarán sobre préstamos personales y planes de pensiones; asimismo, se elaborará un glosario de términos económicos y financieros dirigido a los consumidores.

Se actualizarán los dos folletos con información específica para los períodos de verano y de Navidad, recogiendo las cuestiones de más interés para el consumidor en esas fechas.

En 2015 se realizarán tres campañas de divulgación a través de la colocación de carteles divulgativos en mobiliario urbano, con carácter prioritario en los distritos periféricos, sobre el Sistema Arbitral de Consumo, el servicio de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica y la madera tropical sostenible.

En materia de Códigos Buenas Prácticas, se editarán tres códigos actualizados sobre los sectores de comercio de electrodomésticos, reparación de electrodomésticos y mudanzas y guardamuebles así como la edición de los dos nuevos Códigos de Buenas Prácticas

inicialmente programados.

En materia de arbitraje de consumo se realizará la edición y difusión de un recopilatorio de Laudos dictados por la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid en soporte electrónico.

#### Revisión y actualización de material publicado

Durante el año 2015 se prevé la revisión y actualización de contenidos y edición de dos folletos existentes: *Cómo reclamar*, en sus versiones en español y en inglés, y el folleto *Telefonía fija y móvil. Consejos básicos y servicios de tarificación adicional*.

#### **Actualización del contenido del espacio Web corporativo sobre Consumo.**

En lo que respecta a la información al consumidor, durante el año 2015 se hará un esfuerzo importante de actualización y reestructuración de contenidos de la web. Este esfuerzo se reflejará en las acciones que se indican a continuación.

- Actualizaciones continuadas sobre tarifas, precios, legislación, instalaciones y servicios.
- Actualización de la información sectorial comprendida en espacio OMIC, a excepción de los de telefonía y servicios bancarios, recientemente actualizados. En concreto se va a reestructurar completamente y a revisar toda la información referida a los siguientes sectores: Agua, Aparatos de uso doméstico, Automóviles, Electricidad, Gases combustibles, Gasolineras, Seguros, Servicios a domicilio, Transporte y Vivienda.
- Incorporación de nuevos temas de información sectorial: se incorporarán dos nuevos capítulos, referidos al Comercio electrónico y Ventas fuera de establecimiento comercial.
- Comunicaciones o notas informativas: las labores de información al consumidor se complementarán con la difusión, a través de la Web, de notas o comunicaciones específicas que permitan divulgar los derechos que asisten al consumidor ante situaciones especiales o sobrevenidas con gran impacto en los consumidores. Estas comunicaciones se remitirán también al teléfono de información municipal 010, para que puedan atender las consultas telefónicas que realicen los ciudadanos.
- Asociaciones de Consumidores: se realizará la actualización de contenidos dentro de este especial informativo, a través del cual se pretende contribuir al fomento

del asociacionismo en materia de consumo.

- Asesoramiento en la gestión de la economía doméstica: se trabajará en la ampliación de este especial informativo creado el pasado año, incorporando los nuevos materiales y herramientas de cálculo, enlaces, otras publicaciones, etc., realizando en su caso las modificaciones estructurales necesarias a medida que vaya creciendo el volumen de información existente.
- Se incorporará un nuevo capítulo destinado a facilitar información sobre talleres de consumo para escolares.
- Diccionario de consumo: dentro del espacio Web se encuentra el Diccionario de consumo, que actualmente contiene más de 300 voces ordenadas alfabéticamente. Durante el año 2015 se prevé incorporar nuevas voces o términos y actualizar la normativa en voces o términos ya existentes. Al mismo tiempo, resultará también necesaria la actualización a través de su supresión de alguna de las fichas o voces incluidas en el diccionario, en el caso de que las novedades legales así lo justifiquen.
- Códigos de Buenas Prácticas: a lo largo del ejercicio se dará continuidad a la labor de actualización de los contenidos existentes, en el espacio destinado a Códigos de Buenas Prácticas, en la Web municipal, incluyendo los códigos editados en nuevos sectores empresariales, así como las empresas que se adhieran a los mismos.
- Arbitraje de consumo: se mantendrán permanentemente actualizados los contenidos sobre arbitraje existentes en la Web municipal, en particular, el listado de árbitros acreditados ante la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid y el censo de empresas adheridas al Sistema Arbitral.
- Comercio justo: se hará un esfuerzo constante de renovación y adaptación de contenidos de la web [bwww.madrid.es/comerciojusto](http://www.madrid.es/comerciojusto). En el espacio de la página Web sobre comercio justo se ubicó en el 2014 el banco de recursos de comercio justo que habrá de ser ampliado con nuevos contenidos. Se aprovechará este espacio para la difusión de noticias, actividades y documentos relacionados con el fomento de los productos de comercio justo y el trabajo desarrollado dentro del Foro Municipal de Comercio Justo.

Aparte de la actualización de contenidos, se procederá a la revisión de todos los contenidos publicados en web sobre la OMIC en lo que respecta a estilo, lenguaje, género, formato y accesibilidad, atendiendo a los requisitos establecidos por la Coordinación de Unidades Gestoras web.

## **Actividades de información en colaboración con las asociaciones de consumidores**

Con objeto de acercar la información sobre Consumo a los madrileños, se realizarán actividades informativas en el espacio público en colaboración con las ocho asociaciones de consumidores que forman parte del Consejo Municipal de Consumo. En concreto se desarrollarán dos programas:

1. El programa de información en mercadillos: a través de este programa se hace llegar a los vecinos de los diferentes distritos de Madrid información sobre sus derechos y obligaciones, atendiendo a sus consultas en un punto de información que se instala en fechas predefinidas en mercadillos ambulantes. Los mercadillos en los que se realizará este programa se determinarán en coordinación con el Servicio del Ayuntamiento de Madrid competente en materia de venta ambulante. Se destinarán 60 horas por asociación.
2. Programa de información en ejes comerciales: este programa se desarrollará el Día Mundial del Consumidor y otras fechas de especial relevancia desde el punto de vista del consumo. En dichos días, cada Asociación instalará un punto informativo sobre consumo, en el que se distribuirán diversos materiales divulgativos y se atenderán las consultas de los consumidores.

## **Optimizar la difusión de información de Consumo**

En el empeño de hacer llegar a los consumidores los mensajes divulgativos desarrollados por el Instituto Municipal de Consumo, se ha observado la creciente necesidad de mejorar la difusión de dicho material. Con este objetivo, se desarrollará una nueva estrategia de comunicación con el fin de incrementar y mejorar la comunicación del Instituto con los ciudadanos, optimizando la difusión de información sobre los derechos y deberes que les asisten en sus relaciones de consumo, así como sobre las actuaciones que el propio Ayuntamiento de Madrid realiza para promover los intereses de los consumidores y proporcionarles protección y defensa.

Para ello, en una primera fase se diagnosticarán y evaluarán los impactos negativos y las acciones de mejora que han de considerarse para mejorar los canales de comunicación y facilitar el acceso real de los contenidos de consumo al ciudadano madrileño.

## **2. Asesoramiento en la gestión de la economía doméstica en la OMIC Central.**

Este programa, conforme a lo previsto en el Programa Operativo de Gobierno, se implantó

en el ejercicio 2014, comenzando la atención al público el 20 de octubre. Se publicó un especial informativo dentro de los contenidos de consumo de la página web corporativa, [www.madrid.es/consumo](http://www.madrid.es/consumo), que incluye diversos materiales divulgativos desarrollados por la OMIC Central y por las 8 asociaciones de consumidores participantes en el programa, una herramienta práctica de cálculo del presupuesto y, además, da acceso al servicio a través del Sistema de Cita Previa del Ayuntamiento de Madrid, con el que se atiende al servicio.

Para la ejecución práctica de este programa han firmado en 2014 ocho convenios bilaterales con las asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Municipal de Consumo, con vigencia hasta el fin del año 2015.

Durante 2015, desde el Instituto Municipal de Consumo se desarrollarán actuaciones para dar a conocer este nuevo servicio y fomentar su utilización por los ciudadanos, como por ejemplo su presentación en los Consejos Territoriales de Distrito, así como en otros foros, actividades o centros municipales interesados.

Asimismo se promoverá la ampliación de los contenidos existentes en la web con nuevos materiales divulgativos, herramientas de cálculo relativas a la amortización de créditos hipotecarios y préstamos personales y enlaces a otras páginas con información que pueda interesar a los madrileños en la gestión de su economía personal o familiar.

### **3. Programa de formación en consumo.**

El vigente Programa de formación en consumo comprende los ejercicios 2014 y 2015. Este plan bienal está conformado con características similares para los dos años que comprende su ejecución y supone la continuidad en el tiempo de las acciones formativas dirigidas, en particular, a los colectivos objeto de especial protección como los escolares, los mayores, los inmigrantes y los discapacitados.

En las actividades a realizar en 2015 se mantendrá también las acciones dirigidas a informar al sector empresarial, mediante visitas personalizadas a comercios en zonas y ubicaciones seleccionadas.

El Programa de formación en consumo comprende, en 2015, 1.212 acciones formativas, distribuidas de la manera siguiente:

- Talleres escolares: 531
- Gymkhanas de consumo: 4
- Supermercado itinerante: 13
- Sesiones formativas para adultos: 45
- Sesiones en centros de mayores: 21

- Visitas a comerciantes: 598

Entre las actividades dirigidas al colectivo escolar se realizarán talleres de consumo que abordarán temáticas muy diversas y adaptadas a la edad de los participantes, cubriendo estos talleres la totalidad del ciclo formativo, desde la enseñanza primaria hasta el bachillerato.

Al igual que el pasado año entre estos talleres escolares habrá 40 talleres específicos dedicados a la gestión del presupuesto personal y la economía doméstica, para contribuir así a los objetivos del plan de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica.

#### **4. Formación especializada en materia de consumo para personal del Ayuntamiento de Madrid.**

Como viene siendo habitual, se impartirán sesiones formativas especializadas dirigidas al personal municipal que desarrolla sus funciones en materia de consumo. Como novedad, en 2015 se realizarán actividades formativas en materia de Consumo dirigidas a otros colectivos municipales cuya actuación contribuye al cumplimiento de los objetivos municipales en esta materia, como Policía Municipal.

Las actividades de formación se desarrollarán por un lado en coordinación con el Instituto de Formación y Estudios del Gobierno Local de Madrid (IMFEGL) y con el Centro Integral de Formación de Seguridad y Emergencias (CIFSE).

#### **Actividades con el Instituto de Formación y Estudios del Gobierno Local de Madrid**

Para el año 2015, las acciones formativas propuestas al IMFEGL están relacionadas con los sectores y prácticas comerciales que son objeto de mayor número de reclamaciones por parte de los consumidores, como:

- condiciones generales y cláusulas abusivas;
- la garantía de los productos y servicios postventa;
- el comercio electrónico;
- la venta y el alquiler de viviendas;
- las consecuencias de la Ley 3/2014 de 27 de marzo, que modifica el texto refundido de la Ley General para la defensa de los Consumidores y Usuarios;
- publicidad engañosa y prácticas comerciales desleales; y,
- ejercicio de acciones judiciales en defensa de los consumidores.

Asimismo, se potenciará la realización de sesiones y seminarios formativos relacionados con contratación con criterios éticos así como sobre consumo responsable y comercio justo.

### **Colaboración con el Centro Integral de Formación de Seguridad y Emergencias**

La coordinación de los servicios de Consumo del Ayuntamiento de Madrid y Policía Municipal, precisa de un programa de formación para mejorar la información, impulsar y mejorar los servicios que en materia de seguridad de Consumo no alimentario presta Policía Municipal a los ciudadanos.

Con este objetivo, se ha elaborado en colaboración con el CIFSE un plan de formación en Consumo, dirigido a todo el personal adscrito a Policía Municipal e impartido por técnicos municipales expertos en consumo.

Este programa incluye una información general de la actividad del Instituto Municipal de Consumo y los Departamentos de Sanidad y Consumo de los distritos, así como formación específica en relación con la actuación policial en materia de seguridad de los productos, derechos de los consumidores en espectáculos públicos y recreativos y establecimientos turísticos, arbitraje de consumo y actuaciones en materia de información como las hojas de reclamaciones.

## **LÍNEA DE ACCIÓN II - RESOLUCIÓN DE LOS CONFLICTOS DE CONSUMO**

### **1. Atención al consumidor en la Oficina Municipal de Información al Consumidor**

La Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) de Madrid presta, a través de sus 22 oficinas, un servicio directo y gratuito de información y orientación al consumidor, que propicia la resolución amistosa de los conflictos de consumo a través de la mediación con las empresas.

Durante el próximo ejercicio se pretende dar continuidad a esta línea de acción, dada la función social que cumple y la positiva valoración ciudadana del servicio, impulsando también nuevas acciones.

Para el cumplimiento de este objetivo ofrecerá el servicio de orientación jurídica gratuita en la OMIC Central, mediante el que abogados especializados en la protección de los derechos del consumidor designados por las asociaciones que forman parte del Consejo Municipal de Consumo del Ayuntamiento de Madrid e identificados como representantes de las mismas, ofrecen asistencia jurídica gratuita a los consumidores, respondiendo técnicamente sus consultas en materia de consumo.

Se prevé una dedicación por parte de cada asociación de 210 horas, 10 horas más que en 2014 por asociación, tratando con ello de mejorar los tiempos de asignación de cita, tras la incorporación de la OMIC Central al sistema corporativo de cita previa.

### **Revisión de la Instrucción de coordinación del funcionamiento de la OMIC**

La vigente instrucción, aprobada el 5 de febrero de 2013, precisa algunas modificaciones para acomodarse a las estipulaciones del convenio suscrito con la Comunidad de Madrid y a la incorporación al sistema de cita previa del Ayuntamiento de Madrid de la OMIC Central y de las oficinas de los distritos de Villaverde y San Blas.

Durante el año 2015 se introducirán estas modificaciones en la instrucción y se aprovechará para realizar una revisión completa de todo su texto articulado e incorporar los cambios y ajustes necesarios.

Por otra parte, durante el año 2015 se promoverá la extensión del servicio de cita previa entre las OMIC de distrito que aún no ofrecen este servicio al ciudadano.

## **Implantación de la nueva herramienta informática de tramitación de expedientes en la OMIC**

En 2014 se introdujeron, como prueba del funcionamiento en la tramitación real, un conjunto de expedientes en la nueva aplicación informática desarrollada para la OMIC. Dependiendo de la disponibilidad técnica de la versión definitiva de la aplicación y de su despliegue práctico en todas las oficinas de OMIC es previsible que en 2015 la gestión de expedientes de las 22 oficinas de la OMIC se apoye definitivamente en esta nueva plataforma que, por estar basada en el expediente electrónico, permitirá a los consumidores consultar on-line el estado de tramitación de sus reclamaciones de consumo, poniendo de forma tangible la administración electrónica al servicio del ciudadano.

Por otra parte, las utilidades funcionales incorporadas en la aplicación, entre las que destacan su conexión con otras herramientas corporativas (Base de Datos Ciudad, Registro, Junta Arbitral de Consumo,...), así como la capacidad que ofrece de enviar directamente las reclamaciones y sus documentos de trámite a empresas y ciudadanos por correo electrónico y el traslado de expedientes entre las distintas oficinas de OMIC sin necesidad de remisión física, han de comportar necesariamente ventajas en cuanto a la eficiencia en la gestión con la consiguiente agilización de los tiempos de tramitación.

## **2. Programa de actuaciones para el fomento del Sistema Arbitral de Consumo**

Este programa tiende a optimizar el funcionamiento de la Junta Arbitral de Consumo como soporte de la gestión administrativa y a fomentar el arbitraje de consumo como sistema extrajudicial de resolución de los conflictos que puedan surgir entre consumidores y empresarios en sus relaciones comerciales.

El fomento del arbitraje se conseguirá promoviendo el desarrollo de diferentes acciones encaminadas a agilizar la tramitación de las solicitudes de arbitrajes recibidas y a la resolución por el Órgano Arbitral correspondiente de las controversias planteadas por los consumidores en su relación con las empresas.

## **Promover las comunicaciones por correo electrónico con empresas, así como con árbitros de las organizaciones de consumidores y empresarios**

Iniciada la experiencia en años anteriores, en 2015 se incrementará el número de las comunicaciones que se realicen desde la Junta Arbitral por vía electrónica tanto con aquellas empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo como con las que no están adheridas que acepten el arbitraje. En este sentido se establecerán acuerdos con los diferentes sectores empresariales, utilizando como soporte el correo electrónico para agilizar la

tramitación del procedimiento arbitral. De igual forma se promoverán las comunicaciones por correo electrónico con los árbitros integrantes de colegios arbitrales, propuestos por las asociaciones de consumidores y organizaciones empresariales.

Para facilitar esta acción, está prevista la implantación de un proceso de digitalización en soporte electrónico de los expedientes generados en el Servicio de Arbitraje.

### **Reforma de los impresos oficiales de arbitraje**

Como consecuencia de la anunciada aprobación de un nuevo Real Decreto regulador del Sistema Arbitral de Consumo en el ejercicio 2015, se prevé la necesidad de adaptar al mismo los impresos oficiales de arbitraje. Dicha modificación permitirá, además, incorporar aquellos aspectos más relevantes que contribuyan a agilizar la gestión del procedimiento arbitral.

### **Arbitraje Turístico**

En ejecución del Convenio de Colaboración en materia de Consumo entre el Ayuntamiento de Madrid y la Comunidad de Madrid, se dará continuidad a las tareas de apoyo y cooperación mutua en las actuaciones de divulgación, traslado de solicitudes de arbitraje turístico y fomento de la adhesión de empresas turísticas al Sistema Arbitral de Consumo.

Durante el año 2015 se potenciará la Implantación del Protocolo de actuaciones en materia de arbitraje turístico establecido entre ambas Administraciones, al objeto de contribuir a agilizar la resolución de controversias entre usuarios y empresarios relacionadas con las actividades del sector turístico, procediéndose a la evaluación de los resultados obtenidos a la finalización de este ejercicio.

### **Convenio de colaboración con la Universidad Nacional de Educación a Distancia**

Con objeto de mejorar la eficacia de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid en 2013 se suscribió con la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) un convenio de colaboración en materia de arbitraje de consumo, mediante la participación de árbitros acreditados en vistas arbitrales unipersonales. En 2015 se pretende renovar dicho Convenio de Colaboración.

## **LÍNEA DE ACCIÓN III - ACTUACIONES DIRIGIDAS AL EMPRESARIO**

### **1. Acciones informativas y formativas dirigidas a empresarios**

El Ayuntamiento de Madrid tiene entre sus objetivos fomentar el desarrollo económico y el fomento de la actividad empresarial como instrumentos para generar empleo y riqueza en la ciudad.

Para cumplir este objetivo, es necesario promover un cambio sustancial en el desarrollo de la intervención municipal en esta materia por los servicios competentes, creando un entorno favorable para la empresa que facilite a los empresarios madrileños el cumplimiento de sus obligaciones en materia de Consumo.

La transparencia de la acción municipal y la colaboración con las asociaciones empresariales deben mejorar la confianza entre los empresarios, en el que la información y asesoramiento municipal supongan un estímulo y una ventaja competitiva para el desarrollo en Madrid de las actividades económicas.

Con este fin, el Ayuntamiento de Madrid pondrá a disposición de los empresarios un nuevo espacio Web específico en el que se irán incorporando progresivamente los siguientes recursos:

- Notas explicativas de la legislación de consumo (general y sectorial), escritas en lenguaje claro y accesible.
- Informes sobre novedades legislativas de consumo y otros asuntos de interés para las PYMES.
- Planes de inspección en materia de Consumo del Ayuntamiento de Madrid.
- Protocolos utilizados por los servicios municipales en las campañas de inspección.
- Guías o códigos recopilatorios de carácter sectorial, como los códigos de buenas prácticas en consumo.
- Listas de chequeo por sectores para realización de auto-controles y auditorías.
- Otros recursos en consumo.

Por otra parte, como respuesta a las demandas de los empresarios, se celebrarán sesiones formativas dirigidas a diversos sectores empresariales, en las que se tratarán aquellos aspectos normativos fundamentales de cumplimiento en la normativa de consumo, en especial en aquellas materias que van adquiriendo un mayor peso específico en actividad comercial, en las que se observe mayores porcentajes de incumplimiento, y las nuevas

formas de consumo que surgen en el mercado, a fin de garantizar y respetar los derechos que los consumidores tienen reconocido por Ley.

## **2. Programa de orientación e implantación de Códigos y Manuales de Buenas Prácticas**

Dentro de este marco de actuación, se tiene prevista la actualización de los Códigos de Buenas Prácticas referidos en los sectores de mudanzas y guardamuebles (primer cuatrimestre de 2015), reparación de electrodomésticos (segundo cuatrimestre de 2015) y tintorerías y lavanderías (tercer cuatrimestre de 2015). Asimismo, se elaborarán dos nuevos Códigos de Buenas Prácticas en colaboración con las organizaciones empresariales sectoriales.

Asimismo, y con el fin de fomentar el conocimiento de los Códigos de Buenas Prácticas e incrementar el número de establecimientos adheridos a los mismos, se va a desarrollar una actuación específica de comunicación e implantación que incluirá las siguientes actuaciones:

- Campaña de información mediante mailing dirigida a empresarios de los diferentes sectores con Código de Buenas Prácticas aprobado. Será desarrollada a lo largo de todo el ejercicio 2015.
- Campaña de comunicación directa dirigida a los empresarios, que se desarrollará en una doble vertiente, de forma individualizada a establecimientos, mediante la planificación de itinerarios por distritos, centros comerciales abiertos o sectores objeto de Código, y a nivel colectivo, mediante reuniones de trabajo en las sedes de las organizaciones empresariales.

La ejecución de esta campaña de comunicación directa dirigida a los empresarios se realizará en el primer semestre de 2015, siendo su objetivo proporcionarles información sobre las ventajas de los establecimientos adheridos a los Códigos de Buenas Prácticas y al Sistema Arbitral de Consumo, a fin de promover el número de empresas adheridas.

## **3. Investigación y control de mercado**

### **Oficina de Investigación de Consumo**

La Oficina Municipal de Investigación de Consumo tiene como objetivo principal reforzar la protección de los derechos de los ciudadanos madrileños en las relaciones de consumo que establecen en su vida diaria. Para ello, se realizarán diversas actuaciones para velar que se respeten los derechos y los intereses económicos y sociales de los consumidores.

A lo largo de 2015, la Oficina Municipal de Investigación de Consumo elaborará diversos

informes que profundizarán en el análisis de materias como la oferta comercial y publicitaria y de las condiciones de contratación utilizadas en la concesión de préstamos personales; revisiones de gas con la finalidad de analizar la situación de empresas que, simulando ser el suministrador y aportando información falsa o incorrecta, realizan contrataciones con los consumidores de servicios innecesarios o ya existentes con la suministradora real; y aquellos otros estudios en la detección de fraudes o problemas emergentes que surjan durante el año 2015, con la finalidad de informar y prevenir a los ciudadanos sobre posibles afecciones de sus derechos como consumidores.

### **Actividades de inspección.**

La actividad inspectora cumple una finalidad básica: proteger la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los consumidores. Las actividades de control del mercado que realiza el Ayuntamiento de Madrid están integradas en el plan de inspección de Consumo que realizan anualmente el Instituto Municipal de Consumo y los 21 distritos de la capital.

Las actuaciones previstas en materia de inspección son las siguientes:

- Actividades programadas de inspección.
- Actuaciones que tienen su origen en denuncias y reclamaciones.
- Actuaciones en seguridad de los productos: red de alerta y toma de muestras.

#### Actividades Programadas de Inspección

En las actividades programadas de inspección participan en su planificación y ejecución el Servicio de Inspección del Instituto Municipal de Consumo y los Departamentos de Servicios Sanitarios, Calidad y Consumo de los 21 distritos de la ciudad de Madrid. Para el año 2015 se ha previsto realizar 20 campañas de inspección.

La selección de sectores a inspeccionar se ha llevado a cabo atendiendo a tres criterios: programas de continuidad, campañas relacionadas con la problemática existente en sectores económicos y campañas en sectores novedosos.

- **Programas de Continuidad.** Consiste en programas anuales que vertebran la actividad inspectora por diversos motivos: seguridad de productos, consecución de objetivos cuantitativos, mayor índice de incumplimientos, aumento constante de la actividad comercial. En este grupo se incluyen las siguientes campañas:

1. Programa de toma de muestras.
2. Programa de inspección y control de seguridad de los productos.

3. Programa de inspección y control general de establecimientos.
  4. Programa de inspección y control de venta ambulante autorizada.
  5. Programa de inspección y control de ventas en promoción.
  6. Programa de inspección y control de comercio electrónico.
  7. Programa de inspección de Navidad.
- **Campañas relacionadas con la problemática existente en sectores económicos.** Se fundamentan en la alarma social, la existencia de noticias en medios de comunicación o las denuncias continuas que inciden en la selección de sectores económicos que reiteradamente aparecen como infractores de la normativa sobre consumo. En este criterio también se incluyen aquellos sectores anteriormente inspeccionados que han presentado una evaluación singularmente negativa. En este grupo se incluyen:
    8. Campaña de inspección y control de tiendas de móviles.
    9. Campaña de inspección y control de talleres de automóviles.
    10. Campaña de inspección y control de venta de alfombras.
    11. Campaña de inspección y control de grúas de vehículos.
  - **Campañas en sectores económicos novedosos.** El último criterio radica en la aparición de nuevas formas de consumo o la actualización relevante de la normativa específica de una determinada actividad económica, que requiere un control inicial para conocer la situación del sector y evaluar la adopción de medidas preventivas que mejoren la garantía de los derechos de los consumidores. En este grupo se incluyen:
    12. Campaña de inspección y control de productos de peluquería.
    13. Campaña de inspección y control de tiendas de perfumería y/o jabonería a granel.
    14. Campaña de inspección y control de bisutería.
    15. Campaña de inspección y control de préstamos o créditos rápidos.
    16. Campaña de inspección y control de comercios esotéricos y productos de santería.
    17. Campaña de inspección y control de tarjetas prepago o de regalo.
    18. Campaña de inspección y control de tiendas de videojuego.
    19. Campaña de inspección y control de alquiler de trasteros.

## 20. Campaña inspección y control de censo de las empresas adheridas al sistema arbitral de consumo.

Al margen de estas campañas, y en virtud del convenio de colaboración vigente entre la Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento de Madrid para garantizar el mayor nivel de eficacia en la protección de los derechos de los consumidores, el Instituto Municipal de Consumo colaborará en el programa regional de control de mercado que promueve la Comunidad de Madrid.

Una vez concluidas las campañas de inspección se elaborarán los correspondientes informes de evaluación de cada una de ellas y se establecerán comparativas con otros años, con el objeto de comprobar el grado de cumplimiento por parte del sector económico objeto de inspección. Aquéllas campañas que se desarrolle durante todo el año y que no sean "programas" elaborarán un informe semestral de las actuaciones realizadas.

### Actuaciones por denuncias o reclamaciones

Los servicios de consumo son los encargados de verificar los hechos que han sido denunciados o reclamados por los consumidores. Para ello, se atenderá a nuevos procesos de coordinación con el objetivo de mejorar la información y la atención al consumidor.

### Actuaciones en seguridad en los productos: red de alerta y toma de muestras

El Instituto Municipal de Consumo tiene el deber de vigilar que los productos que se pongan en el mercado sean seguros para los consumidores. Para ello, adoptará las medidas provisionales que considere necesarias procediendo, en su caso, a la retirada o recuperación de todos los productos considerados inseguros.

Por este motivo, se incluye en el programa de inspección la campaña de seguridad, que se realiza en colaboración con la Unidad de Medio Ambiente del Cuerpo de Policía Municipal. En 2015 colaborará también la Unidad de Investigación y Coordinación Judicial de Policía Municipal en la búsqueda de productos calificados como peligrosos y aquéllos otros no calificados como inseguros pero que presentan indicios racionales de riesgo para la salud y seguridad de las personas.

Se realizarán, además, toma de muestras de diferentes productos con objeto de comprobar el cumplimiento de los requisitos de seguridad.

### **Actuaciones sancionadoras y medidas preventivas**

En las actas de inspección que levantan los inspectores queda constancia de las irregularidades que se han detectado durante el control efectuado, lo que sirve de base para proceder a iniciar un procedimiento sancionador.

Los expedientes sancionadores se tramitan por el Instituto Municipal de Consumo o por los distritos en el caso de infracciones leves. En el caso de infracciones graves, corresponde al Instituto Municipal de Consumo tramitar estos expedientes.

Es también competencia del Instituto Municipal de Consumo el ejercicio de la potestad sancionadora en el ámbito de la Ley 17/1997, de 4 de julio, de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas, concretamente en materia de suspensión o alteración de espectáculos, venta y reventa callejera de localidades, publicidad engañosa y Libro de Reclamaciones, negativa a permitir el acceso de los agentes de la autoridad en el ejercicio de sus funciones, comisión de dos o más faltas graves en un año y ejercicio del derecho de admisión de forma arbitraria o abusiva.

Como consecuencia de la actuación sancionadora o de los estudios realizados por la Oficina Municipal de Investigación de Consumo, se infieren en algunas ocasiones problemas y comportamientos generalizados que pueden afectar a los derechos de los consumidores. Por ello, el Instituto Municipal de Consumo está llevando a cabo actuaciones preventivas mediante reuniones de trabajo con las empresas o asociaciones de los distintos sectores implicados. En las mismas, se les informa sobre las irregularidades cometidas y el modo de subsanarlas con el objetivo de que, de modo voluntario, sean corregidas.

## **LÍNEA DE ACCIÓN IV – PARTICIPACIÓN, COLABORACIÓN Y COORDINACIÓN**

El Ayuntamiento de Madrid ha realizado durante los años precedentes actividades para fomentar la participación, la colaboración y la coordinación con agentes sociales, económicos e institucionales con objeto de mejorar y ampliar los servicios que ofrece a los ciudadanos y a las empresas en el ámbito del Consumo.

### **1. Coordinación y colaboración interadministrativa**

El consumo doméstico es un elemento clave en el desarrollo de la sociedad actual, la concurrencia de administraciones que actúan en un mismo territorio y en el mismo ámbito sectorial requieren necesariamente de instrumentos ágiles de coordinación y colaboración institucional que permitan el uso más eficiente de los recursos municipales.

Con este objetivo, desde el Instituto Municipal de Consumo se promueven actuaciones de coordinación tanto con la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid como con los servicios de consumo de los 21 distritos, así como con otras unidades municipales.

#### **Colaboración en materia de consumo con los distritos**

La competencia de coordinación de la actuación municipal asumida por el Instituto Municipal de Consumo desde 2012, ha hecho necesario poner en funcionamiento un nuevo marco de relaciones entre el Instituto y los servicios de consumo de los 21 distritos de la ciudad de Madrid.

La coordinación de los servicios de consumo de los distritos se basa en un programa de colaboración con los mismos para impulsar y mejorar los servicios que en materia de consumo presta el Ayuntamiento de Madrid tanto a los ciudadanos como a los empresarios.

Con este objetivo, las actuaciones a realizar en 2015 son:

- Actualización de contenidos en el canal institucional AYRE: en colaboración con la Dirección General de Calidad y Atención al Ciudadano del Ayuntamiento de Madrid se mantendrán actualizados en el canal institucional de uso municipal “AYRE” todos los documentos, informes, comunicaciones, instrucciones, procedimientos normalizados, campañas y evaluaciones que se elaboren por el Instituto Municipal de Consumo.
- Resolución de consultas y dudas de los servicios de consumo de los distritos.

- Publicaciones de comunicaciones y noticias de interés: se realizará la publicación en el canal AYRE y la remisión sistemática a todos los distritos de criterios de actuación ante situaciones de especial relevancia y gravedad, que originen un gran número de reclamaciones o denuncias en todo el municipio de Madrid.

También se remitirá a los distritos el resultado de los procedimientos sancionadores finalizados y sentencias firmes, cuando sean incoados a establecimientos con posible incidencia en todo el municipio de Madrid.

Asimismo, se remitirán regularmente a los distritos las actualizaciones legislativas realizadas por el Servicio de Información al Consumidor y el Boletín Informativo de la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid, así como cualquier otra información de relevancia para las actuaciones desarrolladas en la materia.

- Reuniones monográficas semestrales de inspección e información: estas reuniones de trabajo tendrán como objeto presentar las novedades en actuaciones municipales, hacer un seguimiento de las incidencias acaecidas con ocasión de las informaciones y reclamaciones de los consumidores y de las campañas de inspección, sus protocolos y evaluaciones.
- Creación de grupos informales de trabajo de inspección y de información al consumidor ad hoc para evitar posibles duplicidades de actuaciones, aplicando criterios homogéneos en la ejecución de las inspecciones y de las informaciones facilitadas a los consumidores y empresarios. Se mantendrán los grupos de trabajo mixtos con integrantes del Instituto Municipal de Consumo y de los Departamentos de Servicios Sanitarios, Calidad y Consumo de los distritos.
- Elaboración, actualización y seguimiento del cumplimiento de instrucciones y otros procedimientos en materia de consumo no alimentario.
- Revisión y actualización de los procedimientos y los protocolos de inspección vigentes de las campañas que se desarrollan anualmente por los distritos, para adaptarlos a los cambios competenciales y legislativos.
- Traslado e información a los distritos de los criterios, instrucciones y sistemáticas de trabajo adoptadas como resultado de las actuaciones de coordinación de la inspección que desarrollan el Instituto Municipal de Consumo, la Agencia de Actividades, Madrid Salud y la Policía Municipal.

## **Convenio de colaboración con la Consejería de Economía y Hacienda de la Comunidad de Madrid**

El 3 de junio de 2013 se firmó el convenio de colaboración en materia de Consumo entre la Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento de Madrid. Este convenio fue prorrogado en el año 2014 y mantendrá su vigencia en el año 2015.

Tras la firma de la pertinente adenda de prórroga del convenio, el objetivo del convenio es la gestión coordinada de la información y formación a los consumidores y usuarios, la tramitación de las reclamaciones, la unidad de criterios en la inspección de establecimientos y actividades, la colaboración y cooperación en arbitraje y códigos de buenas prácticas y la interpretación conjunta de los criterios de inicio de expedientes sancionadores; como novedad, en 2015 se incluye la gestión por los servicios de consumo municipales las reclamaciones contra establecimientos turísticos ubicados en el término municipal de Madrid.

## **Comisión informativa sobre la aplicación de la Instrucción del régimen sancionador en materia de consumo no alimentario**

Para el año 2015 está previsto que la Comisión aborde, entre otros, las cláusulas abusivas existentes en los contratos, así como el seguimiento del manual de la Instrucción de régimen sancionador, aprobado el 23 de marzo de 2011.

## **2. Participación en consumo**

### **Consejo Municipal de Consumo**

El Consejo Municipal de Consumo, órgano a través del cual se canaliza la participación ciudadana sectorial en esta materia, fue renovado al iniciarse el nuevo mandato corporativo, conforme establece su reglamento de funcionamiento. Su función esencial es orientar y asesorar al Ayuntamiento de Madrid en sus actuaciones en materia de protección de los derechos de los consumidores, manteniendo el Pleno del Consejo reuniones periódicas que tienen por objeto someter a consideración las actuaciones más importantes relacionadas con la actividad desplegada por el Instituto Municipal de Consumo.

Entre estas actuaciones destacan la participación y consulta en la elaboración del Plan de Acción anual y el seguimiento de su ejecución a lo largo del año, así como la colaboración en la elaboración y difusión del material informativo y los estudios técnicos elaborados por el Instituto Municipal de Consumo.

## **Colaboración con asociaciones de consumidores y organizaciones empresariales**

El Instituto Municipal de Consumo viene estableciendo desde el año 2004 convenios de colaboración con organizaciones empresariales y asociaciones de consumidores para el desarrollo de diferentes actividades en materia de Consumo.

En 2015, la colaboración entre el Instituto Municipal de Consumo y las ocho asociaciones de consumidores que forman parte del Consejo Municipal de Consumo se sustanciará en dos convenios de colaboración:

- Convenio de colaboración para el desarrollo de programas de orientación jurídica, información y formación a los consumidores.
- Asesoramiento en la gestión de la economía doméstica.

Por otra parte, en 2015 se procederá a prorrogar los convenios suscritos por el Ayuntamiento de Madrid con asociaciones de consumidores, organizaciones empresariales y colegios profesionales para el pago de vistas arbitrales en la Junta Arbitral de Consumo municipal.

## **LÍNEA DE ACCIÓN V – CONSUMO RESPONSABLE**

El Ayuntamiento de Madrid ha realizado una apuesta firme por promover el consumo responsable, encaminado a la mejora del entorno mediante la implementación de modelos de uso racional de los recursos y del consumo sostenible de productos y servicios.

### **1. Madrid, Ciudad por el Comercio Justo**

Madrid fue acreditada como *Ciudad por el comercio justo* en 2011. Para alcanzar este reconocimiento ha sido necesario cumplir todos los criterios que, a nivel de la ciudad, exige esta campaña internacional.

El cumplimiento de los criterios es evaluado cada dos años, por lo que para mantener la acreditación es necesario desarrollar un programa de trabajo dirigido a fomentar la oferta y la demanda de productos de comercio justo tanto a nivel municipal como entre las empresas y los ciudadanos.

Con este fin, el Foro Municipal de comercio justo ha aprobado el programa de trabajo 2014/2015, disponible en la web municipal [www.madrid.es/comerciojusto](http://www.madrid.es/comerciojusto). El plan recoge las diferentes acciones que desarrollará el Ayuntamiento de Madrid con la colaboración de las ONGs de comercio justo, las asociaciones de consumidores y el sector empresarial, conforme a las siguientes líneas estratégicas:

- Información y concienciación en materia de comercio justo y consumo responsable.
- Fomento de la introducción de productos de comercio justo en materia de políticas de responsabilidad social corporativa y en materia de Compra Pública Ética.
- Seguimiento de los criterios del Programa de Ciudades por el Comercio Justo mediante el plan de trabajo, de carácter bianual, y de la evaluación del cumplimiento de los criterios.

Por último, dentro de los compromisos municipales con el fomento del comercio justo, se potenciará la celebración de la efeméride del Día Internacional del comercio justo en consonancia con los objetivos del milenio 2015. Asimismo se programará el espacio de comercio justo ampliando las actividades a desarrollar en Ciudad de los Niños.

## **2. Madera y productos forestales sostenibles**

### **Fomento de la certificación de productos forestales**

Con el objetivo de promover la gestión sostenible de los bosques, el Decreto de 15 de junio de 2010 del Ayuntamiento de Madrid incorpora criterios ambientales y sociales en los contratos municipales de adquisición de productos forestales, fomentando el uso de los productos con certificación ecológica con sello FSC, PEFC o similar.

En cumplimiento de la normativa municipal, el Instituto Municipal de Consumo continuará, al igual que en años anteriores, editando en papel con certificado ecológico las publicaciones y carteles previstos en 2015.

### **Coalición de la madera tropical sostenible**

En noviembre de 2013 la ciudad de Madrid se sumó a un conjunto de municipios, empresas e instituciones que han conformado la Coalición Europea de la Madera Tropical Sostenible, Sustainable Tropical Timber Coalition, promovido por la organización holandesa IDH, The Sustainable Trade Initiative (Tropical Timber Programme). El objetivo de la coalición es promover la gestión sostenible de los bosques tropicales mediante el incremento de la demanda de madera certificada.

El Ayuntamiento de Madrid, al igual que el resto de municipios, empresas, ONGs y entidades participantes, ha presentado un plan de acción que comprende un total de 14 actuaciones para fomentar el uso de la madera tropical sostenible en su ámbito. Se trata de acciones de promoción de la contratación de madera sostenible con el desarrollo del decreto de productos forestales vigente, de evaluación y seguimiento y de formación y difusión a empresas, instituciones y a la ciudadanía en general. Este plan de acción se ha elaborado en cooperación con el Área de Gobierno de Medio Ambiente y Movilidad.

## **LÍNEA DE ACCIÓN VI – TRANSPARENCIA Y CALIDAD EN ACTUACIÓN MUNICIPAL**

La transparencia se ha convertido en una premisa de obligado cumplimiento para toda administración pública. Ahondar en su mantenimiento es uno de los objetivos del Instituto Municipal de Consumo. Por ello, en 2015, se desarrollarán las actuaciones que se indican a continuación.

### **1. Informe anual**

Atendiendo al principio de transparencia en la gestión pública, durante el año 2015 se divulgará una memoria anual de las actividades desarrolladas por los servicios municipales de Consumo durante el año 2014.

### **2. Carta de servicios de la Oficina Municipal de Información al Consumidor**

La Carta de Servicios de la OMIC será objeto en 2015 de su sexta evaluación. Conforme a los criterios establecidos por la Dirección General de Calidad y Atención al Ciudadano, en particular la necesidad de establecer metas cuantitativas a todos los indicadores, se han reformulado los compromisos incluidos en la carta en 2014, siendo actualmente siete.

Además de los datos recogidos presencial o telefónicamente en las distintas oficinas, en 2015 se contratará una encuesta entre una muestra de los consumidores atendidos en el ejercicio 2014, para obtener datos objetivos sobre la calidad del servicio prestado, que constituyen la base para fomentar su mejora continua.

Adicionalmente, por el tiempo transcurrido desde la aprobación de la Carta de Servicios de la OMIC, durante el año 2015, en consonancia con la Metodología de cartas de servicio del Ayuntamiento de Madrid, es preciso abordar la revisión de los procesos, que habrá de realizarse tomando en consideración el flujo de tramitación establecido en la nueva plataforma informática de gestión de expedientes de la OMIC.

Los datos obtenidos en la evaluación correspondiente a 2014 serán accesibles al ciudadano, que puede consultar los resultados en el espacio denominado "Observatorio de la Ciudad" de la página Web corporativa. Asimismo, se generará un informe de resultados de la encuesta de valoración del servicio realizada, que será remitido al Banco de Estudios y publicado en el espacio correspondiente.

### **3. Sistema de Calidad UNE EN ISO 9001 del Servicio de Inspección de Consumo**

El Servicio de Inspección de Consumo cuenta con un Sistema de Gestión de la Calidad con

arreglo a la norma UNE-EN ISO 9001:2008, certificado por AENOR en el año 2014. Este certificado se renueva todos los años y ello supone un compromiso de garantía de calidad en el servicio de control oficial de bienes y servicios no alimentarios mediante la inspección de establecimientos comerciales y actividades profesionales, la realización de actuaciones de investigación y la tramitación de expedientes sancionadores.

En el año 2015 está previsto renovar la certificación del sistema de calidad y, por este motivo, se realizará la auditoria externa de seguimiento correspondiente al sistema de calidad implantado.

**ANEXO I**

## TABLA RESUMEN DEL PROGRAMA PRESUPUESTARIO 493.00

<b>SUBCON</b>	<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>IMPORTE</b>
220.20	MATERIAL DE OFICINA NO INVENTARIALE	<b>20.057</b>
220.01	PRENSA, REVISTAS, LIBROS Y OTRAS PUBLICACIONES	<b>1.500</b>
226.02	PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	<b>27.300</b>
226.06	REUNIONES Y CONFERENCIAS	<b>37.000</b>
226.99	OTROS GASTOS DIVERSOS	<b>4.000</b>
227.06	ESTUDIOS Y TRABAJOS TÉCNICOS	<b>216.020</b>
230.10 /.20	GASTOS PERSONAL DIRECTIVO Y NO DIRECTIVO	<b>5.000</b>
231.10/.11/.20	VIAJE LOCOMOCION DIRECTIVO NO DIRECTIVO	<b>5.100</b>
260.00	TRABAJOS DE INSTITUCIONES SIN ANIMO LUCRO	<b>235.084</b>
TOTAL CAP. 2		<b>551.061</b>
TOTAL PROG. 493.00		<b>551.061</b>

## **ANEXO II**

**Cronograma campañas programadas de inspección de consumo año 2015:  
Distritos e Instituto Municipal de Consumo.**

SIC

## DISTRITOS

SIC+D